

Layout atau tata letak memiliki peranan yang sangat penting bagi perusahaan, baik perusahaan jasa maupun perusahaan manufaktur. Hal ini akan mengatur tata letak untuk menjadikan suatu hal yang menarik. Dalam pentingnya perencanaan tata letak akan mempengaruhi beberapa hal, yaitu produk, konsumen, waktu, pemasaran, dan alat produksi.

A. Produk

Produk merupakan komponen utama dalam menjalankan suatu usaha. Dalam produk terdapat proses transaksi antara penjual dan pembeli. Produk dapat berupa barang maupun jasa. Produk barang atau jasa harus sangat diperhatikan karena produk akan ditawarkan kepada pelanggan dan akan dikonsumsi sehingga produk tersebut harus berkualitas dan memiliki manfaat. Dalam Islam, produk yang berkualitas merupakan produk yang halal dan baik. Halal dalam Islam merupakan produk tidak dilarang oleh agama Islam dan produk yang baik merupakan produk yang memiliki manfaat seperti memberikan kesehatan.¹

Konsep produk yang disukai konsumen yaitu produk yang menawarkan mutu, performansi, dan ciri-ciri yang terbaik. Manajemen ditugaskan membuat produk yang berkualitas karena

¹ Abdul Rachman Husein, *7 Motivation of Islamic Business*, (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2009), hlm. 80.

konsumen menyukai produk yang berkualitas tinggi dalam penampilan dengan ciri-ciri terbaik.²

Berbicara mengenai produk, maka aspek yang perlu diperhatikan adalah kualitas produk. Kualitas merupakan keseluruhan ciri dan karakter dari sebuah produk atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat. Pengertian kualitas ini berpusat pada konsumen sehingga dapat dikatakan bahwa seorang penjual telah memberikan kualitas bila produk atau pelayanan penjual telah memenuhi atau melebihi harapan konsumen.

Kualitas produk merupakan pemahaman bahwa produk yang ditawarkan oleh penjual mempunyai nilai jual lebih yang tidak dimiliki oleh produk pesaing. Oleh karena itu, perusahaan berusaha memfokuskan pada kualitas produk dan membandingkan dengan produk yang ditawarkan oleh perusahaan asing.

Produk mencakup produk akhir, bahan, komponen dalam mesin dan proyek layanan. Produk merupakan faktor terpenting untuk mempengaruhi komposisi dan hubungan fasilitas, peralatan dan cara penanganan material. Dengan adanya tata letak akan meningkatkan volume produksi, biaya tenaga kerja yang minimum, menghasilkan tingkat produksi yang banyak dan proses produksi akan berjalan dengan lancar.³

B. Konsumen

Memahami perilaku konsumen tidak mudah, konsumen terkadang terus terang dalam menyatakan apa yang mereka butuhkan dan inginkan, tetapi sering sebaliknya. Konsumen sering mengubah

² Warnadi dan Aris Triyono, *Manajemen Pemasaran*, (Yogyakarta: Deepublish, 2019), hlm. 25.

³ Nining Wahyuni, Irfan Taufan Asfar, Iqbal Akbar Asfar, dkk, *Panduan Pendirian Usaha Minyak Bangke dan Balsem Bangle*, (Bandung: Media Sains Indonesia, 2020), hlm. 75.

pikirannya pada menit-menit terakhir dalam pembelian produk atau jasa. Peran pemasar sangat diperlukan untuk mempelajari apa yang menjadi keinginan, persepsi, preferensi, dan perilaku konsumen dalam berbelanja. Kemudian para pemasar diperlukan untuk mempersiapkan kebijakan dalam mengembangkan produk beserta ciri-cirinya, harga, promosi, distribusi dan unsur-unsur terkait bauran pemasaran.

Perilaku konsumen merupakan tindakan dalam mendapatkan, menghabiskan dan mengkonsumsi produk atau jasa, serta terdapat proses keputusan dalam memilih produk atau jasa. Dalam memahami konsumen, kita harus memahami apa yang dibutuhkan oleh konsumen, apa yang konsumen pikirkan dan rasakan, apa yang konsumen lakukan, dan apa yang mempengaruhi atau dipengaruhi dalam apa yang dipikirkan dirasa dan dilakukan konsumen dalam lingkungannya.⁴

Pembelian biasanya terjadi saat konsumen mengunjungi toko atau tempat belanja. Konsumen melakukan pembelian karena tertarik dengan produk dan tata letak yang disusun oleh perusahaan serta adanya dorongan konsumen untuk melakukan pembelian tidak terencana. Pembelian tidak terencana terjadi saat konsumen melihat produk tertentu dan tertarik untuk mendapatkannya karena ada rangsangan yang menarik dari toko tersebut.

Dengan adanya tata letak akan mempengaruhi berapa lama konsumen atau pelanggan akan berada dalam toko, berapa banyak produk yang mengalami kontak mata dengan konsumen, dan jalur di dalam toko yang dilalui oleh konsumen.⁵

⁴ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2019), hlm. 2.

⁵ M. Anang Firmansyah, *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*,... hlm. 225.

C. Waktu

Waktu merupakan hal yang sangat berharga. Dalam aspek manajemen terdapat manajemen waktu dan dalam ilmu ekonomi konvensional terdapat istilah waktu yaitu premis atau bunga. Istilah *economic value of time* artinya bukan waktu yang mendatangkan uang, tetapi nilai ekonomi pada setiap waktu yang dimanfaatkan untuk hal produktif. Waktu akan dinilai berharga apabila dimanfaatkan untuk hal yang mengandung nilai ekonomis seperti kegiatan produksi. Tanpa adanya produksi tidak akan ada *economic value added* atau nilai tambah ekonomi.

Setiap waktu mengandung nilai ekonomis yang mendatangkan profit oleh pelaku ekonomi. Tidak semua waktu digunakan untuk mencari keuntungan materi, waktu juga dapat digunakan untuk istirahat, makan, bersilahturahmi, dan hal yang bermanfaat untuk manajemen waktu. Tetapi kebanyakan waktu dimanfaatkan untuk kegiatan berbisnis.⁶

Waktu mengacu pada kapan dan berapa lama proses produksi, dan termasuk waktu pengoperasian setiap prosedur. Dengan adanya tata letak akan memperpendek waktu tunggu (*delay*), terdapat keseimbangan antara beban dan waktu pada satu mesin dan mesin lainnya, akumulasi bahan dalam proses dan waktu tunggu akan lebih singkat.

D. Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari sekian banyak kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam kegiatan usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang, dan untuk mendapatkan keuntungan. Berhasil atau tidaknya seorang pengusaha dalam mencapai tujuan bisnis tergantung pada bagaimana keahlian yang mereka miliki dalam bidang pemasaran, produksi,

⁶ Saiful Bahri, *Untuk Menggapai Karunia Tuhanmu*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), hlm. 25.

keuangan, maupun bidang lain. Selain itu, juga tergantung pada kemampuan mereka dalam menggabungkan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan bisa berjalan dengan baik.⁷

Pemasaran (*marketing*) adalah sebuah kegiatan yang berupa proses perencanaan dan pelaksanaan konsepsi, penetapan harga, promosi serta distribusi atas gagasan, barang, dan jasa untuk menciptakan pertukaran sehingga mampu untuk memenuhi kebutuhan individu maupun organisasi.⁸

Menurut Philip Kotler yang dimaksud pemasaran adalah proses sosial yang terjadi antara individu maupun kelompok untuk memenuhi kebutuhan satu sama lain dengan cara saling menciptakan produk kebutuhan dan mempertukarkannya dengan nilai. Pemasaran dapat juga diartikan sebagai kegiatan menciptakan produk kemudian dijual kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Sedangkan menurut William J. Stanton pemasaran adalah sistem keseluruhan dari kegiatan bisnis yang digunakan untuk kegiatan perencanaan, penentuan harga, promosi dan pendistribusian barang dan jasa yang memberikan kepuasan kepada konsumen.⁹

Dengan adanya tata letak, pemasaran akan berjalan sesuai dengan yang direncanakan, bagaimana cara kerja perusahaan, apa yang akan dipasarkan, siapa yang melakukan pemasaran, dan siapa yang menjadi target dari pemasaran. Sehingga pemasaran berjalan sesuai dengan tata letak yang telah direncanakan.

⁷ Basu Swastha dan Irawan, *Menejemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2005), hlm. 5.

⁸ Ricky W. Griffin dan Ronald J. Ebert, *Bisnis Edisi 7 Jilid 1*, terj. Benyamin Molan, (Jakarta: PT indeks, 2010), hlm. 415.

⁹ Kasmir dan Jakfar, *Studi Kelayakan Bisnis Edisi Kedua*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), hlm. 46.

E. Alat Produksi

Alat produksi memiliki fungsi yaitu untuk melaksanakan kegiatan yang memiliki unsur produktif. Contoh alat produksi yaitu alat atau mesin penenun kain, cangkul, mesin percetakan, kendaraan, dan lain sebagainya. Alat produksi merupakan alat yang digunakan oleh manusia dalam membantu untuk menghasilkan sesuatu yang diperlukan bagi kehidupannya. Bentuk dan bahan pembuatan alat produksi tergantung dari jenis pekerjaannya, ada yang terbuat dari kayu, besi, benang, dan ada yang menggunakan mesin untuk mempermudah kegiatan produksi.¹⁰

Alat produksi harus memiliki pemeliharaan dan perbaikan apabila alat produksi mengalami kerusakan sehingga kerusakan tersebut akan menghambat jalannya proses produksi. Peralatan yang digunakan untuk proses produksi harus memiliki kualitas dan jangka waktu pemakaiannya juga berbeda-beda sehingga perlu dilakukannya perawatan yang dapat memperpanjang penggunaan alat produksi.¹¹

Dengan adanya tata letak akan membuat alat-alat produksi seperti mesin dan peralatan yang lain akan menjadi lebih efisien dan efektif, tata letak mesin yang rapi dan karyawan memiliki kelonggaran untuk bergerak, mesin dan pemeliharaan alat produksi terjamin, dan lokasi alat produksi yang lebih terjangkau.

¹⁰ Kun Maryati dan Juju Suryawati, *Sosiologi Jilid 2*, (Jakarta: Erlangga, 2006), hlm. 115.

¹¹ Yusuf Pradityarahman dan Nur Hidayat, *Produksi Alat Pelindung Diri K3*, (Jakarta: YPR Group, 2020), hlm. 543.